

## 论图书馆服务的用户关系管理

**摘要：**服务部门是图书馆对外的窗口，一般来说，大部分用户（读者）知识的流出或流入都需要经过服务部门。本文从图书馆如何获得用户的知识和图书馆员如何向用户扩散知识这两方面来阐述其应进行的知识管理和用户关系管理。

**关键词：**图书馆 用户关系 知识管理 服务部门

在知识经济的社会中，占主导地位将是以创造、传播和应用知识为主的知识型机构或企业，图书馆就是典型的知识型机构。在图书馆中，很重要的一项工作就是知识管理（KM），特别是对隐性的知识或资源进行管理。

由于知识管理的目标是创造和利用各种知识（包括显性和隐性的知识），并使知识为整个单位或社会所共享。所以，通过改变图书馆工作人员的思维模式和行为方式、建立起知识共享与创新的组织内部环境，从而应用读者和全馆人员集体的智慧，提高图书馆对信息需求市场的应变和创新能力，达到提高或优化图书馆组织活力目标的活动，就是在图书馆中的知识管理。

用户关系管理(CRM)是未来企业界即将兴起的一种新型知识管理手段，是一个跨知识管理（KM）、业务运作和网络经营（信息服务）等系统的融合概念。图书馆也能通过此对信息市场、用户关系等进行管理，通过内外向型的知识挖掘，提高图书馆的信息加工水平和信息服务质量，增加图书馆对社会的影响，提高图书馆经济和社会效益，这就是图书馆知识管理的表现之一。

用户关系管理的模式为： $K+R=S^2$  （即：知识+关系=服务+效益）

### 图书馆用户关系管理的重要性

图书馆需要认真管理好自己的用户，也有用户关系管理的初级形式，如：计算机化的用户档案分析、借阅记录的管理等。但是，随着信息服务市场竞争不断升级、迫使图书馆必须对信息需求的变化迅速作出反应；互联网技术发展的费用降低、光速通讯、7天24小时市场、“胜者通吃”、大小不分的网络服务规则、也促使今天的图书馆必须尽力维护用户的利益，以保持他们对本图书馆服务的忠诚和信赖。

一种逐渐形成的全新的“服务观念”，将用户（及其知识）作为图书馆的一种宝贵的资源纳入到整个图书馆事业的管理和发展中来。对于图书馆信息服务部门来讲，推销宣传图书馆的信息产品已经不再是工作的唯一目标，而是要把图书馆与用户之间的知识传递作为一个重要的任务来抓。

要在思想上形成一个明确的观念，但就是自己是图书馆与用户间的桥梁，是图书馆通过知识而创造并获得价值的催化剂。服务部门不仅仅要把用户对图书馆经营有利的知识传递给图书馆，同样也要努力挖掘图书馆本身和信息产品的有关知识，并扩散给自己的潜在用户，在用户的心理下形成对图书馆有利的影响。

从图书馆有效管理来看，领导者凭借自己的品德、才能、知识、感情素质等对被领导者所产生的（非权力）影响力正在扩大。图书馆管理出现的从偏重于行政管理到注重业务管理；从业务（目标）管理到知识（人的思想）的管理；从单一命令到民主和协商解决；从静态管理到动态管理等现象也都说明，组织内外的信息交流和知识管理迫在眉睫。现在可以确认的是：从用户需求开始引导实施信息知识的生产，并将有关知识传播到整个组织，最后将知识融于图书馆信息产品库和服务之中，会对就整个图书馆管理的进程起到积极的推动作用。

知识型机构同用户之间的知识流动如图1所示

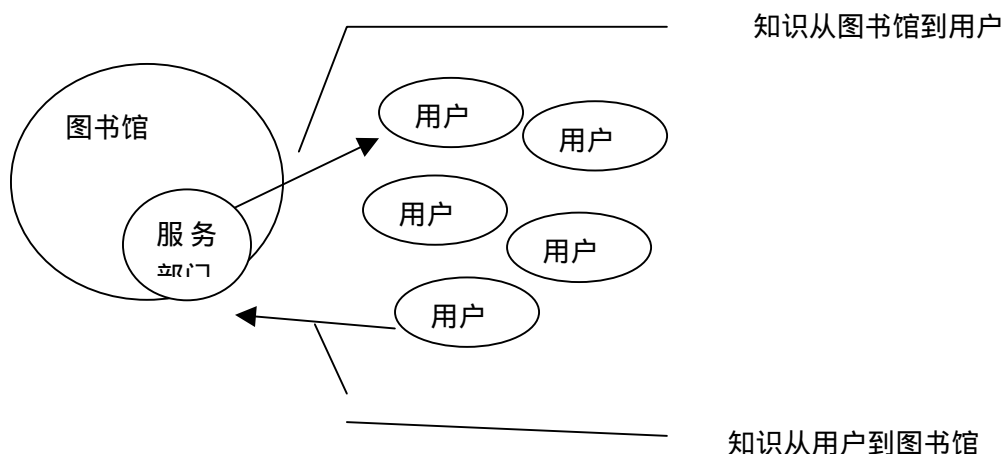


图 1 图书馆服务部门与用户的双向知识交流

## 二、图书馆信息服务部门知识管理的分类

根据知识的流向,我们可以把服务部门的知识管理分为两种类型:一种是服务部门从用户得到的知识,以及在图书馆中的传播和应用,我们称之为“内向型”知识管理;另一种是服务部门整理和开发关于图书馆产品的知识,再传播给特定的用户,以对用户施加对图书馆有利的影响的过程,我们称之为“外向型”知识管理。

### 内向型知识管理

内向型知识管理就是服务人员寻找用户行为和属性间的联系,以及他们在同用户交往过程中得到的经验等知识,并把这些知识传播、应用于图书馆创造信息价值的过程。从用户处获得这些知识是这个知识管理过程的核心。

应该说,在一个从用户信息流向图书馆信息收集站的过程中,所包含的知识是多种多样的,最具典型的信息有四种:

从用户到购买行为中找到彼此间的联系(即:对图书馆用户服务有用的知识);

整理用户对图书馆信息产品和服务的意见和建议,从中找出可以指导图书馆改进加工信息产品的知识。这个过程对于知识型的机构来说非常重要,因为用户与图书馆的信息产品和服务关系最密切的,因此对于信息和服务他们有最大的发言权,可以说只有用户的想法和渴望才是图书馆信息产品创新和服务创新最好的目标、动力和源泉。

寻找并分析潜在用户的属性,建立用户数据库。如果图书馆能够对每一个用户都有一个全面的了解,那么针对用户的特点去开发用户所需要的信息产品就不再成为难题。在图书馆中建立一个内容充实的用户数据库是获得信息市场需求的一个较好的途径。服务人员可以通过各种方式获得用户的个性、脾气、喜爱、习惯、甚至孩子的姓名等个人信息,还可以获得有关用户的其它信息。这样不仅可以针对用户各自的情况开发恰当的信息产品和服务,还可以圈定“金牌”用户,达到稳定现有用户、发展潜在用户,让用户时刻惦记、宣传图书馆的目的。

信息服务人员在与客户交往过程中获得的经验和教训。在服务中所获得的经验和教训是图书馆的一种很重要的知识和无形资产。信息服务人员在与用户面对面的接触中,在自己的图书馆以及信息产品推向用户的过程中,总会发现一些自己意想不到的事情,也往往就是由于这些意外的事情使自己在与用户的交流过程中未能达到理想的效果,因此,信息服务人员应该定期举行服务心得交流会,共同交流和探讨同用户交往中碰到的问题,这样就能在如何

选择用户和如何与用户交流上得到好的经验和教训。不断完善同用户的交往，积累经验，尽量减少不必要的服务开发活动共同组成完整的用户交往中的知识管理过程。

### **外向型知识管理**

应该说，这种知识流向在以往往往被大多数图书馆所忽视。因为大多数图书馆员更注重眼前的利益，而不愿在那些不能很快就能获得效益但又还有潜力方面进行投资。

信息服务部门专门针对用户而开发的有关信息和信息产品的知识，通过各种方式进行扩散，与大多数潜在的用户共享这些资源和知识。这样就能很好地培养用户对产品和图书馆的好感，并大大提高用户对图书馆的忠诚度。由于现代社会中，大多数用户有受过良好教育、接触了大量的知识信息、并且有独立思考问题经验，因此，图书馆服务部门如何向这些用户学习，让这些新的或老的用户群在信息买方市场的情况下，对图书馆的信息产品和服务产生兴趣、就成为一个非常迫切的问题。服务部门根据图书馆的资源情况，以信息产品和开发用户感兴趣的知识作为重点，并加以扩展传播，将是知识型服务部门知识管理的另一个重要的方面。

### **三、结语**

我们经常会看到一些图书馆员干一些有损于图书馆长远利益和破坏图书馆无形资产的蠢事。如：完全封闭的“黑箱”操作；只追求勤奋工作而不注意聪明地工作、有效率和有价值地工作；有损用户对图书馆信赖的种种做法；对无形资产投入的打击和忽视等。种种这一切都是对图书馆信息服务规律和网络服务规律认识和重视不足所种下的恶果。

“砍树容易种树难”，图书馆如果不重视其组织内外的信息扩散、知识流动和知识（特别是无形资产）管理，那么，图书馆的活力必将衰退，反之，充分鼓励信息扩散、知识流动和知识（特别是无形资产）管理与利用，使所有参与者之间的信息交换达到的极限信息量，那么，图书馆中就会产生所谓“知识轰鸣”的、创新活动活跃的本质基础，就会加速图书馆改革、知识创新和事业发展的进程。

用户关系管理（图书馆知识管理起步）